

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan KLY

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Liputan Enam Dot Com telah berdiri sejak Agustus 2000. Liputan6.com pada mulanya hanya menyajikan berita-berita yang ditayangkan oleh Liputan6 SCTV (Surya Citra Televisi).

Gambar 2.1 Logo Liputan6



Sumber: Liputan6.com

Terhitung sejak 24 Mei 2012, PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai induk perusahaan mengambil keputusan untuk memisahkan Liputan6.com dengan SCTV, yang kemudian diberi nama PT Kreatif Media Karya (KMK). Maka dari itu, PT Kreatif Media Karya (KMK) resmi menjadi anak perusahaan PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK).

Gambar 2.2 Logo Emtek



Sumber: Emtek.co.id

Dengan adanya peraturan baru yang dikeluarkan oleh Dewan Pers pada 14 Maret 2016, PT Liputan Enam Dot Com resmi mengambil alih dan mengoperasikan Liputan6.com. Pada Maret 2018, PT Liputan Enam Dot

Com berada di bawah PT Kapan Lagi Dot Com Networks sehingga PT Kapan Lagi Dot Com Networks menjadi bagian dari anak perusahaan PT Surya Citra Media Tbk (SCM).



Berdasarkan situs resmi PT Kapan Lagi Dot Com Networks atau yang dikenal sebagai Kapan Lagi Youniverse, KLY saat ini memiliki 120 juta pengguna penonton dari total 143 pengguna internet. Hal ini dikarenakan KLY merupakan grup media *online* terbesar nomor 1, memiliki lebih dari 75 juta fans di sosial media, 120 juta pengunjung dalam waktu satu bulan, 100 juta penonton video per bulan dan 50 ribu artikel per bulan.

Terlampir juga pada situs resmi KLY, visi dari KLY adalah menaikkan kualitas hidup masyarakat dengan teknologi, inovasi, dan pelayanan *online* guna menciptakan masyarakat pintar. Sedangkan misi dari KLY adalah menjadi media *online* nomor 1 di Indonesia dengan menyediakan solusi 360 melalui konsep digital yang terintegrasi dan komprehensif.

Berdasarkan dokumen resmi KLY, terdapat tiga sektor bisnis besar yang dimiliki oleh KLY yaitu *media platform*, *content*, dan *digital media*.

Sektor bisnis pertama yaitu *Media Platform*. Melalui jaringan *media platform* terluas dengan dukungan media yang terintegrasi, mulai dari TV hingga aset digital dengan pengguna terbanyak di Indonesia, *media platform* menjadi sektor bisnis yang memberikan layanan platform yang ditawarkan untuk menyampaikan konten kepada penonton. Sektor bisnis *Media platform* terdiri dari SCTV, INDOSIAR, O CHANNEL, nexmedia, eve.

Sektor kedua yaitu *Content*. *Content* adalah layanan produksi dan kreasi konten berkualitas yang di distribusikan secara kontekstual dan dipadu dengan amplifikasi melalui jaringan digital KLY. Sektor bisnis *Content*

terdiri dari pembuatan *campaign digital*, branding digital, serta manajemen *event*. Sektor bisnis *Content* terdiri dari Indonesia Entertainment Group (IEG), WHISPER media, Sinemart Pictures, Indonesia Entertainment Studio (IES), Indonesia Entertainment Produksi (IEP), Screenplay Films, dreamtoon animation studios, VIP, Stream Entertainment, dr.m.

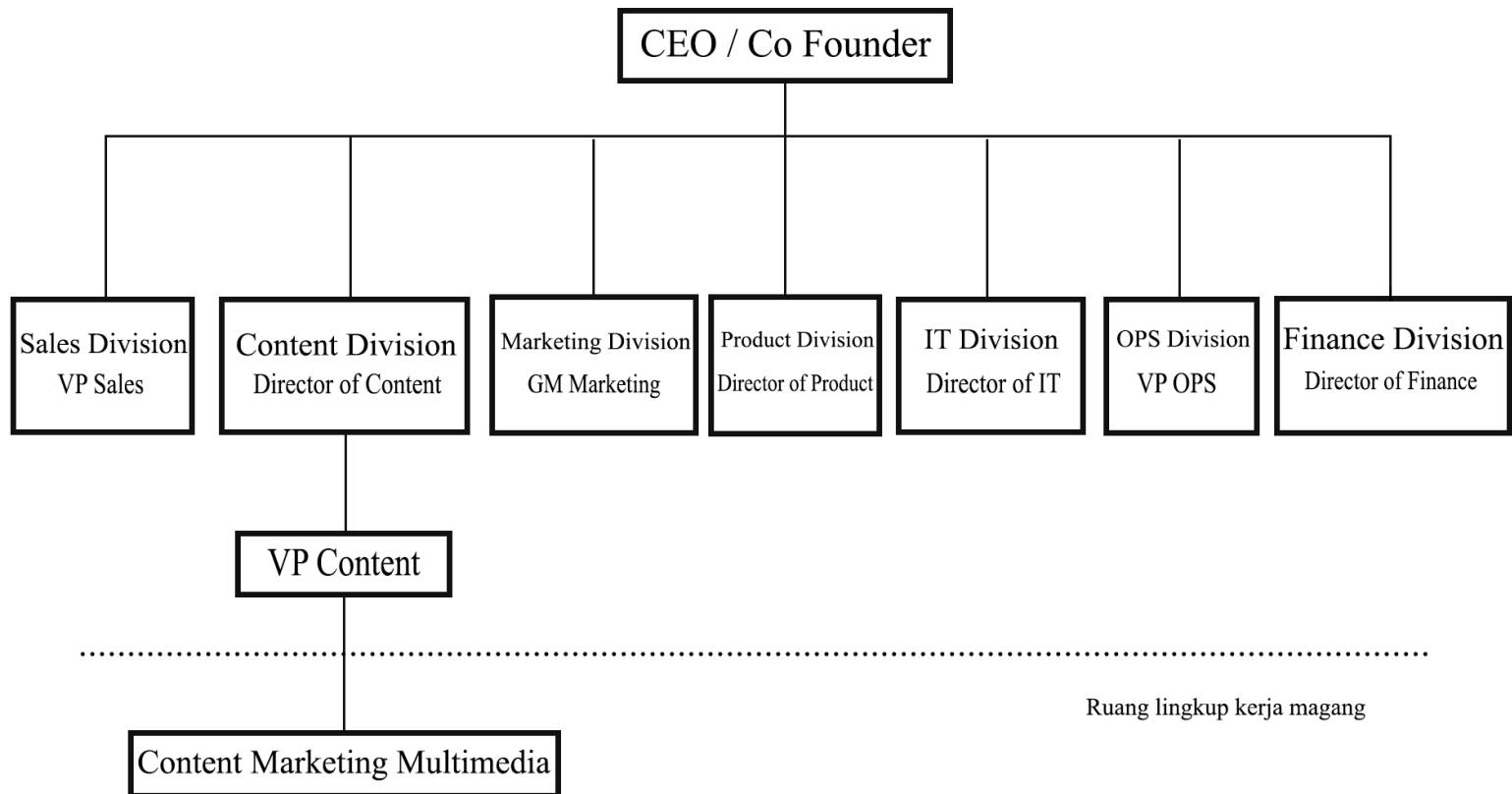
Sektor ketiga yaitu *Digital Media*. Melalui jaringan *online* terbesar di Indonesia dengan berbagai segmentasi yang lengkap mulai dari News (Liputan6.com, Merdeka.com), Entertainment (KapanLagi.com, Bintang.com, Brilio.net, Famous.id), Sport (Bola.net, Bola.com), Lifestyle (Fimela.com, Dream.co.id, Vemale.com), dll. Sektor bisnis *Digital Media* terdiri dari KMK Online, Grup KLY yang terdiri dari KapanLagi.com, Dream.co.id, bintang.com, BRILIO.net, Famous.id, FIMELA.COM, LIPUTAN6.com, Merdeka.com, Vemale.com, bola.com, OTOSIA.COM, Bola.Net, Video, BBM, Reservasi. *Digital Media* juga bekerja sama dengan Bukalapak.com, Properti Guru.com, OTO, Hijup, Lakupon.com, Rumah.com, iflix, Dana, Karir.com, Klik-Apotek.com, Klik Dokter.com

Dengan beragamnya sektor bisnis yang ada pada KLY, memberi lebih banyak peluang kepada calon klien untuk mempercayakan publikasi di berbagai *platform* hingga pembuatan konten sesuai dengan kebutuhan dan target market klien.

2.1.2 Struktur Perusahaan KLY

Berikut merupakan struktur perusahaan Kapan Lagi Youniverse 2019, mulai dari CEO/CO Founder hingga divisi kerja magan terkait yaitu Content Marketing Multimedia

Bagan 2.1 Struktur Manajemen KLY

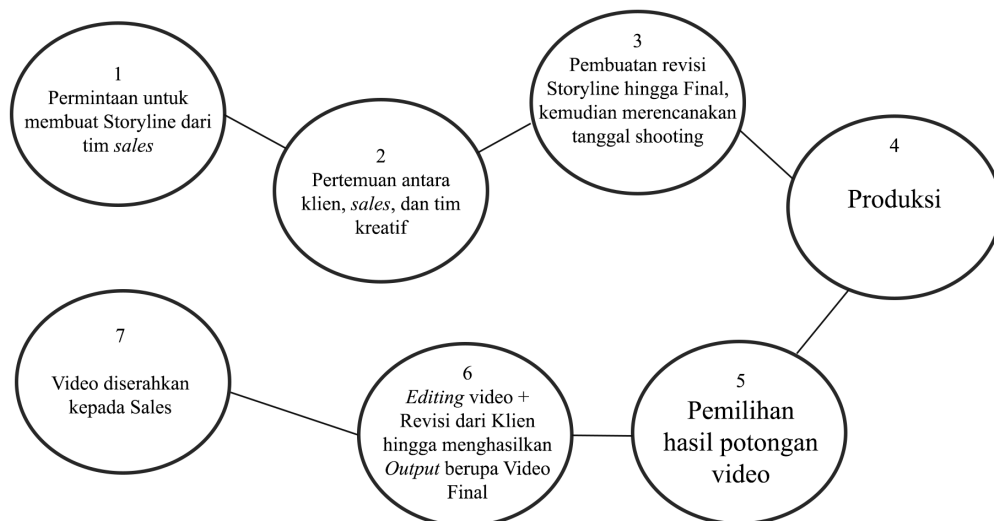


Sumber: Data Olahan Pembuat Laporan

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Divisi Content Marketing Multimedia adalah divisi yang dikhususkan untuk memproduksi berbagai konten video. Sebelum dibuatnya suatu video, *script* dirancang terlebih dahulu oleh tim kreatif dengan menggunakan riset terkait produk tersebut agar informasi yang disampaikan tidak tumpang tindih. Divisi kreatif melayani internal perusahaan KLY, yaitu klien yang berasal dari *sales* KLY, ketika tim *sales* berhasil menggandeng suatu *brand* menjadi klien, maka tim *sales* akan mengabari *request* pembuatan *script* video melalui *e-mail* kepada beberapa divisi yang terkait pembuatan video, seperti kepada Head of Content Marketing Multimedia, produser, kreatif, dan *sales support*. Berikut merupakan alur kerja Divisi Content Marketing Multimedia:

Diagram 2.1 Alur Kerja Divisi Content Marketing Multimedia



Sumber: Data Olahan Pembuat Laporan

Pertama, tim *sales* akan memberikan brief yang berasal dari klien kepada tim kreatif untuk pembuatan ide, pada tahap ini tim kreatif akan menyediakan 1-3 ide cerita yang berbeda, tujuannya agar klien dapat memilih ide yang diinginkan kemudian ide tersebut dapat digarap lebih dalam lagi oleh tim kreatif.

Kedua, tim kreatif beserta tim *sales* akan *meeting* bersama klien untuk memberikan ide cerita yang telah dibuat oleh tim kreatif. Pada saat *meeting*, tim kreatif akan mempresentasikan masing-masing ide sesuai dengan *brief* yang

diberikan oleh klien sebelumnya, tujuannya yaitu menyamakan persepsi dan melakukan revisi agar apa yang diinginkan oleh klien dapat direalisasikan oleh tim kreatif dengan baik.

Ketiga, setelah melakukan revisi *script* yang telah disetujui oleh klien, maka tim *sales* akan mendiskusikan jadwal *shooting* kepada produser, klien, serta *talent*.

Keempat, pada hari pelaksanaan *shooting*, tim kreatif, tim videografer, tim *talent* managemen dan tim *sales* akan hadir di lokasi *shooting* bersama klien. Sebelum memulai *shooting*, tim kreatif akan melakukan briefing terlebih dahulu kepada tim videografer dan produser, kemudian tim kreatif melakukan *briefing* kepada *talent*. Pada saat proses *shooting*, tim kreatif bertugas untuk memperhatikan lafal dan intonasi serta setiap kalimat yang diucapkan *talent* agar sesuai dengan *script* yang telah dibuat. Tim kreatif juga memastikan bahwa gambar yang diambil sesuai dengan treatment yang ada pada *script*. Untuk beberapa kalimat yang panjang, tim kreatif juga bertugas untuk menuliskan kalimat di papan tulis kecil yang akan diletakan persis dibawah lensa, tujuannya agar mata *talent* tidak akan kabur dari pandangan lensa. Setiap kali selesai pengambilan gambar, tim kreatif akan melakukan tinjauan ulang terhadap potongan video tersebut mulai dari visual yang terdiri dari pandangan mata, mimik wajah, hingga audio yaitu memastikan bahwa tidak ada distorsi suara yang masuk ke *mic clip on*, serta lafal dan intonasi *talent*.

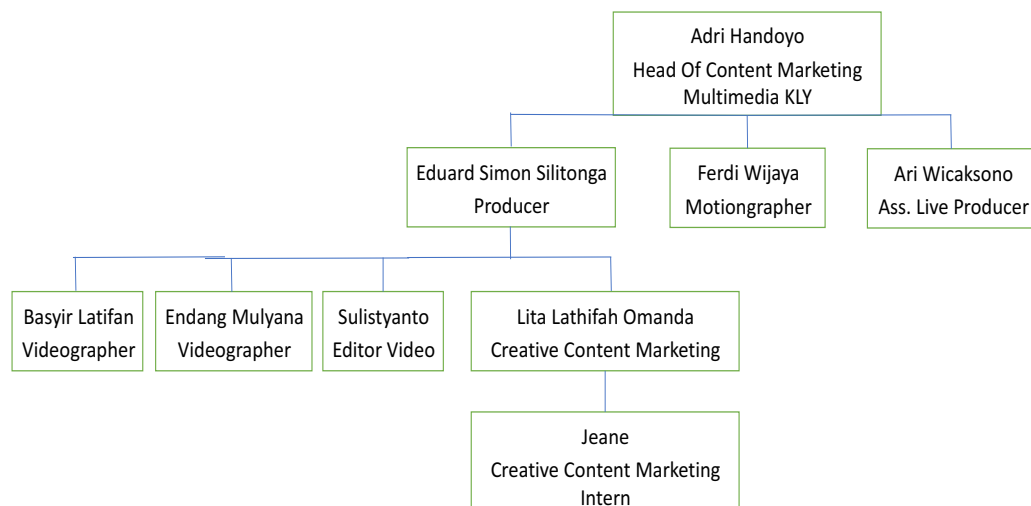
Kelima, setelah selesai proses *shooting*, tim kreatif akan memilih potongan video terbaik yang kemudian akan diserahkan kepada tim *editor* dalam bentuk nomor data yang sudah final. Tim kreatif juga memastikan durasi video sesuai dengan permintaan klien, serta mengambil keputusan untuk membuang kalimat pada video apabila durasi video yang telah dibuat tersebut melewati durasi yang telah disepakati.

Keenam, video yang sudah di edit oleh *editor* akan diberikan kepada tim *sales*, kemudian tim *sales* akan menyerahkan kepada klien. Klien berkesempatan untuk melakukan revisi sebanyak 1-2 kali per video. Revisi tersebut akan diberitakan kembali oleh tim *sales* kepada produser, *editor* dan kreatif. Setelah video sudah mengalami revisi hingga final dan telah disetujui oleh klien, maka tugas dari Divisi Content Marketing Multimedia sudah selesai.

Melalui proses yang sangat panjang ini membuahkan semangat dalam melakukan kerja magang khususnya di divisi kreatif KLY, karena klien yang dihadapi berasal dari berbagai macam bidang usaha, mulai dari *brand* yang variatif hingga sektor usaha pemerintahan. Kerja keras dan kompetensi yang didapatkan dalam proses kerja magang di Divisi Marketing Multimedia khususnya konten kreatif ini mampu menghasilkan pengetahuan dan keahlian dalam proses pembuatan *script* secara efektif, informatif, dan terstruktur yang tentunya dikerjakan sesuai dengan *brief* yang telah diberikan oleh klien.

Divisi Content Marketing terdiri dari seorang kordinator yaitu Adri Handoyo yang menjabat sebagai Head Of Content Marketing Multimedia KLY, serta 7 anak divisi lainnya yang terdiri dari produser, motiongrafer, asisten *live produser*, 2 orang videografer, *editor* video, dan *creative content marketing*. Tim yang baru terbentuk ini memang terbilang memiliki jumlah yang sedikit bila dibandingkan dengan divisi lainnya, namun Divisi Content Marketing Multimedia memiliki etos kerja yang baik dan semangat dalam pengerjaan tugas masing-masing, meskipun harus melayani klien KLY sebanyak mungkin yang datang dari berbagai sektor usaha se-Indonesia. Berikut merupakan rangkaian struktur Divisi Content Marketing Multimedia Kapan Lagi Youniverse.

Bagan 2.2 Divisi Content Marketing Multimedia



Sumber: Data Olahan Pembuat Laporan